

- Feldman, D. (2010) "La programación" en *Didáctica General*. Buenos Aires: Ministerio de Educación de la Nación.
- Freire, P. (1997) "No hay docencia sin discencia" y "Enseñar no es transferir conocimiento" en *Pedagogía de la autonomía*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.
- Grinberg, S y Levy, E. (2009) "Debates curriculares" en *Pedagogía, currículo y subjetividad: entre pasado y futuro*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Litwin, E. (1996) "El campo de la didáctica: la búsqueda de una nueva agenda", en Camilloni, A. y otros, *Corrientes didácticas contemporáneas*. Buenos Aires: Paidós.
- Litwin, E. (1998) "La evaluación: campo de controversias y paradojas o un nuevo lugar para la buena enseñanza", en Camilloni, A y otros. *La evaluación de los aprendizajes en el debate didáctico contemporáneo*. Buenos Aires: Paidós.
- Litwin, E. (2008) *El oficio de enseñar. Condiciones y contextos*. Buenos Aires: Paidós.
- Meirieu, P. (2009) Cap. *La relación pedagógica*. En *Aprender sí pero ¿cómo?*. Ediciones Octaedro.

Resumo: O presente trabalho procura analisar e aprofundar questões relacionadas com a didática. Esta disciplina caracteriza-se pelo estudo dos processos de ensino e sua relação com a aprendizagem. A partir desta perspectiva, procura-se problematizar uma prática de ensino concreta. Tomando como referência a experiência na ministração

de aulas, desenvolvem-se estratégias de ensino para uma melhor aprendizagem, levando em consideração a bibliografia pertinente ao tema e a opinião dos próprios alunos.

Palavras-chave: Didática – estratégias de ensino – contextualização – aprendizagem.

Abstract: This paper seeks to analyze and explore issues related to teaching. This discipline is characterized by the study of teaching processes and their relationship to learning. From this perspective, we will seek to problematize a specific teaching practice. Taking classroom experience as a reference, teaching strategies for better learning are developed, taking into account relevant literature on the subject and the voices of the students themselves.

Keywords: Didactics – teaching strategies – contextualization – learning.

(*) Paula Daniela Franco: Licenciada y Profesora en Ciencias de la Comunicación Social (UBA). Diplomada en Género y Movimientos Feministas (FFyL/UBA). Especialista en Estudios Políticos y maestranda en Teoría Política y Social (FSoc/UBA). Docente e investigadora en temas relacionados a trabajo, género y educación.

Nombres de diseño gráfico: ¿cómo se llaman las carreras de pregrado?

Bárbara Emanuel (*)

Actas de Diseño (2025, julio),
Vol. 50, pp. 199-203. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2022
Fecha de aceptación: mayo 2025
Versión final: julio 2025

Resumen: Frente a una nomenclatura no consolidada en el campo de la Comunicación Visual, esta investigación recolectó nombres de 127 cursos en Brasil y 570 en otros países, identificando tendencias en la terminología. Los resultados mostraron el predominio del nombre Diseño Gráfico, junto con proporciones variables de otros nombres, como Diseño de Comunicación, Comunicación Visual y Diseño de Comunicación Visual.

Palabras clave: Diseño Gráfico – Comunicación Visual – Diseño de Comunicación – Diseño de Comunicación Visual.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 203]

Introducción

Para denominar el desarrollo de piezas que se comunican a través de elementos visuales, utilizamos diferentes nombres, como diseño gráfico, programación visual y comunicación visual. El camino hacia la consolidación de una nomenclatura involucra varios aspectos, como las ocurrencias en la literatura especializada y los títulos de los

puestos en las empresas. La forma en que denominamos los cursos de formación profesional también contribuye al reconocimiento del área con nombres específicos. Este trabajo trae los resultados de una investigación acerca de cómo se denominan los cursos de pregrado en esta área, con el fin de identificar tendencias y comprender el uso de diferentes nombres.

La falta de consenso en la definición de un nombre para el área puede explicarse por varios factores, como la presencia de palabras extranjeras con diferentes traducciones o incluso divergencias en la comprensión de la actividad en sí. Erlhoff y Marshall (2008, p. 198) definen el diseño gráfico como la organización consciente de texto y/o imágenes para comunicar un mensaje específico. Forlizzi y Lebbon (2006) diferencian el diseño gráfico y el diseño publicitario, englobando ambos en el campo del diseño comunicacional y describiendo sus funciones como la traducción de mensajes a la comunicación visual. Villas-Boas (2007) considera que la “comunicación visual” equivale a la “programación visual”, pero se diferencia del “diseño gráfico”, que es una subárea de la primera. Paul Rand (2009, p. 65) afirmó que el diseño gráfico abarca todo tipo de problemas de comunicación visual, lo que es similar a la visión de Frascara (2006), quien define el diseño gráfico como la actividad que organiza la comunicación visual en la sociedad.

También hay variaciones temporales, con nombres que aumentan y disminuyen en popularidad. En 1922, cuando el campo se conocía principalmente como “arte comercial”, William Addison Dwiggins introdujo el término “diseño gráfico”, que, a su vez, tardó más de una década en convertirse en una referencia para el sector (Bierut et al., 2010; Erlhoff & Marshall, 2008; Livingston & Livingston, 1992). Elhoff y Marshall (2008, p. 439) afirman que el término “diseño de comunicación” se adoptó en la década de 1970 para reemplazar el “diseño gráfico” y, a su vez, fue sucedido en la década siguiente en los círculos europeos y de educación superior por «comunicación visual». Los autores señalan, sin embargo, que ninguna de estas dos sustituciones fue lo suficientemente fuerte fuera de la academia para desacreditar el uso del “diseño gráfico”. En un texto de 1994 sobre la reinención del diseño gráfico, Gui Bonsiepe (1994, p. 48) propone que los diseñadores gráficos se denominen “diseñadores de información”, ya que la información y su organización sería el tema central del área, y que su rol pasa de traducir la información a un estado visual a la organización autoral de la información. Considera que el término “diseño gráfico” tiene fuertes vínculos con los artefactos impresos, corriendo el riesgo de no comunicar conceptos relacionados con las tecnologías digitales.

Urvoy y Sanchez (2009) prefieren el término “diseño de comunicación” a “comunicación visual”, considerando que el segundo se restringe a cuestiones técnicas, involucrando poco de la dimensión estratégica, mientras que el primero cubre no solo intenciones de diseño, sino también una traducción de estas intenciones en términos estratégicos. El Icoagrada, Consejo Internacional de Diseño Gráfico, señaló, en su asamblea general de 2007, el término “diseño de comunicación” como el más apropiado para el área (Bennett & Vulpinari, 2011). En 2014, el consejo decidió eliminar el diseño gráfico de su nombre, convirtiéndose en el Consejo Internacional de Diseño (International Council of Design).

Frascara (2004) prefiere el término “diseño de comunicación visual”, argumentando que las tres palabras juntas superan la suma de sus significados individuales, convirtiéndose en el nombre de la actividad de concebir, diseñar

y ejecutar comunicaciones visuales, mientras que “diseño gráfico” sería el objeto creado por esta actividad. Frascara argumenta que el término “diseñador gráfico”, aunque más apropiado que “artista gráfico”, pone demasiado énfasis en el elemento físico, mientras que “diseñador de comunicación visual” incluye método (diseño), un objetivo (comunicación) y un medio (visual).

Metodología

La investigación que aquí se presenta tiene como principal objetivo identificar los nombres utilizados en la educación superior en el área de la comunicación visual y las tendencias relacionadas con las palabras utilizadas. Sus preguntas orientadoras son las siguientes:

1. ¿Cómo se denominan las carreras de pregrado en el área?
2. ¿Qué palabras se usan más comúnmente en los nombres de los cursos?
3. ¿Cómo sucede esto en diferentes regiones del planeta?

Como corte, se consideraron los cursos que se dedican a la comunicación visual o, al menos, tienen un énfasis/calificación específica en esta área, dentro de una licenciatura en diseño. Los cursos también deben ofrecer educación superior a nivel de pregrado o similar, con al menos dos años para completarse. Para permitir una mirada específica a la realidad brasileña, la investigación se dividió en dos partes: considerando cursos ofrecidos en Brasil, y con cursos de países en diferentes países, excepto Brasil. Para identificar los nombres de los cursos de pregrado brasileños, se realizaron búsquedas en el directorio de cursos del Ministerio de Educación, entre agosto y octubre de 2021, por los términos “*design gráfico*” (diseño gráfico), “*design*” (diseño), “*programação visual*” (programación visual) y “*comunicação visual*” (comunicación visual). A partir de los resultados de la búsqueda, se realizaron visitas a los sitios web de cada institución, con el fin de confirmar la existencia del curso y comprobar que se trata de cursos destinados a la comunicación visual. Como resultado, fueron considerados 127 cursos, con un total de 9 nombres diferentes.

Las principales dificultades encontradas en esta parte de la investigación fueron la inestabilidad del sitio del Ministerio de Educación, la falta de información sobre los cursos en algunos de los sitios y los problemas de usabilidad.

En la parte de la investigación enfocada en otros países, debido a la falta de un directorio oficial unificado que cubriera cursos de todo el mundo, se visitaron varias listas disponibles en línea, como rankings universitarios, sitios con recomendaciones de cursos en el área, directorios de congresos, convenios de intercambio, así como búsquedas simples en buscadores (Bing y Google), combinando el nombre de cada país con los términos “*design school*”, “*design university*” y “*university*” (también en español, portugués, francés y alemán, según el país buscado). Se consideraron cursos con títulos de pregrado o similares, por lo que se excluyeron cursos de posgrado o cursos cortos.

Se visitaron los sitios web de las instituciones educativas, entre julio y octubre de 2021, para leer las descripciones de los cursos y verificar si efectivamente estaban enfocados a la comunicación visual. Como resultado, se consideraron 570 cursos, en 100 países y 6 continentes, con un total de 31 nombres diferentes para los cursos.

Las principales dificultades en esta parte de la investigación fueron la falta de un directorio global completo actualizado y sitios web con información en idiomas difíciles de traducir. Además, al igual que en las instituciones brasileñas, se encontraron sitios con falta de información sobre los cursos y problemas de usabilidad.

Con base en la información recopilada, se realizaron análisis, considerando principalmente la ocurrencia de diferentes nombres en relación con la ubicación geográfica y las palabras que componen estos nombres.

Resultados y discusiones

Nombres de los cursos

La investigación reveló el predominio del nombre Diseño Gráfico para los cursos de graduación del área, siendo utilizado en el 90,6% de los cursos en Brasil y en el 57,5% de los cursos recogidos en otros países. En Brasil, de los 127 cursos identificados, 115 se denominan *Design Gráfico* (Diseño Gráfico). El segundo nombre más frecuente es *Design Visual* (Diseño Visual), en apenas cuatro cursos. En otros países, en un total de 570 cursos, Diseño Gráfico, en diferentes idiomas, es el nombre más utilizado, en 328 cursos, seguido de Diseño de Comunicación (65), Diseño de Comunicación Visual (55) y Comunicación Visual (49). En Europa predomina Diseño Gráfico (55,6%), especialmente en Reino Unido, el país con más cursos en la lista (65), donde el 73,8% de los cursos recogidos se denominan Diseño Gráfico. La expresiva presencia de Diseño de la Comunicación en Europa (16,4%) sucede principalmente en Alemania, donde el 71,4% de los cursos recogidos llevan este nombre.

El continente americano tiene el mayor predominio del mismo nombre, Diseño Gráfico, con el 76,6% de los cursos recogidos (no se consideraron los cursos de Brasil). Considerando sólo América Latina y el Caribe, este porcentaje asciende al 80,5%. De los cursos recogidos de Estados Unidos, el 70,6% se denominan Diseño Gráfico, de un total de 51 cursos. En Colombia hay el 81% de un total de 21 cursos. En Argentina, el 84,2% de un total de 19 cursos. En Asia también predomina Diseño Gráfico, pero con un porcentaje menor: 41,7%, en un total de 120 cursos. Al igual que en las Américas, Diseño de Comunicación Visual es el segundo nombre más utilizado, pero con una presencia más expresiva, encontrándose en el 28,3% de los cursos recogidos. En algunos países asiáticos se identifica una tendencia hacia la estandarización. En Indonesia, los 17 cursos recopilados se denominan Diseño de Comunicación Visual (*Desain Komunikasi Visual*). En Vietnam, los 11 cursos son Diseño Gráfico (Thiết kế Đồ họa). En China, 8 de 9 cursos se denominan Diseño de Comunicación Visual (视觉传达设计).

En Oceanía, los 21 cursos recogidos se reparten entre cuatro nombres, sin predominio significativo de ninguno. Diseño de la Comunicación ocupa el primer lugar con un 33,3%, seguido de la Comunicación Visual y el Diseño Gráfico, empatados con un 23,8%, y el Diseño de la Comunicación Visual, con un 19%. En Australia, la división se inclina por la Comunicación Visual, con un 31,3%. En Nueva Zelanda, para Diseño de Comunicación, con un 60%.

En África, el Diseño Gráfico también está a la cabeza (31,8%), seguido de Diseño de Imagen (27,3%), cuyas 6 apariciones son de Túnez, donde todos los cursos recogidos tienen este nombre. El Diseño de la Comunicación ocupa el tercer lugar con un 22,7%.

Palabras utilizadas

Considerando los 570 cursos recopilados en diferentes países (excepto Brasil), la palabra “diseño” aparece en el nombre de 505 de ellos, mientras que “gráfico” y sus derivados (gráfica, gráficos, gráficas, grafismo) están en 363, “comunicación” está en 204 y “visual”, en 127. Para el análisis de los nombres de los cursos, se utiliza el término “grafx” para “gráfico” y sus derivados.

En el continente europeo, considerando un total de 210 cursos, “diseño” es el término con más ocurrencias (172), seguido de “grafx” (138), “comunicación” (81) y “visual” (35). Considerando sólo el Reino Unido, predominan “grafx” y derivados (60), seguidos de “diseño” (56) y “comunicación” (15). La palabra “visual” aparece solo 2 veces. En Alemania, por otro lado, no hay ocurrencia de “grafx”. El más utilizado es “comunicación” (27), seguido de “diseño” (21) y “visual” (7). Diseño de Comunicación es el nombre de 71,4% de los cursos y Comunicación Visual, de 25%, sin ningún curso denominado “Diseño Gráfico”. A diferencia de Alemania, los 9 cursos recopilados en Portugal no utilizan la palabra “visual”. Los cursos se dividen entre Diseño de Comunicación (7) y Diseño Gráfico (2). Todos usan la palabra “diseño”.

En el continente americano existen pequeñas variaciones regionales. Considerando solo Estados Unidos y Canadá, “diseño” aparece con 58 ocurrencias, seguido de “grafx” (42), “comunicación” (16) y “visual” (8). Considerando sólo América Latina y el Caribe, “visual” ocupa el tercer lugar, con 20 ocurrencias, contra 19 de “comunicación” —“diseño” tiene 125 y “grafx”, 108. Esto se explica por la presencia de cursos con “visual” en el nombre, pero sin “comunicación”. Hay cursos llamados Diseño Visual en Colombia (3) y Argentina (2), y un curso llamado Diseño de Información Visual en México.

En el continente asiático, excluyendo Oriente Medio, la palabra más utilizada en los nombres es “diseño” (86), seguida de “comunicación” (53) y “visual” (41). El término “grafx” aparece en la última posición, con solo 37 ocurrencias. Esto está relacionado con la fuerte presencia de los nombres Diseño de Comunicación Visual, Comunicación Visual y Diseño de Comunicación en la región. Considerando solo el Oriente Medio, hay 29 ocurrencias de “diseño”, 26 de “grafx” y un empate entre “comunicación” y “visual” (11).

En África, la palabra “diseño” es predominante, con 19 ocurrencias en un total de 20 cursos recopilados — solo un curso en Zimbabue, llamado Comunicación Visual (*Visual Communication*), no usa la palabra. Los otros tres términos aparecen con muchas menos apariciones: 8 de “comunicación”, 5 de “grafx” y 3 de “visual”. Teniendo en cuenta el predominio del nombre Diseño de Imagen (*Design Image* en francés, *تصميم الصورة* en árabe) en Túnez, con 6 cursos, la palabra “imagen” tiene más ocurrencias en el continente que “grafx” y “visual”.

En Oceanía, predominan los de “diseño” y “comunicación”, ambos con 16 ocurrencias, seguidos de “visual” (9) y “grafx” (5).

Diferentes relaciones entre nombres

La falta de estandarización en el área está presente no solo en la variedad de nombres de los cursos, sino también en las diferentes interpretaciones de cada nombre. Al igual que en las discusiones teóricas sobre la nomenclatura, la organización del campo en las instituciones de educación superior demuestra diferentes significados de los nombres, considerando principalmente tres tipos de relación entre ellos: equivalencia de significado, con alternancia de uso; equivalencia de posición con diferentes significados; y relación jerárquica, en la que uno está contenido en el otro.

El uso como sinónimos se puede observar en los sitios web de las instituciones, que utilizan diferentes términos de manera equivalente para describir los cursos. En el Crawford College of Art & Design, de Irlanda, la descripción del curso Comunicación Visual apunta a la equivalencia de significado: “Comunicación Visual, también conocida como Diseño Gráfico” (*Visual Communications, also known as Graphic Design*). La descripción del curso de Diseño de Comunicación en la University of Waikato, de Nueva Zelanda, incluye “El Diseño de Comunicación también se conoce como diseño de comunicación visual o diseño gráfico” (*Communication Design is also known as visual communication design or graphic design*). En NTNU - Norges Teknisk-naturvitenskapelige Universitet (Universidad Noruega de Ciencia y Tecnología), la descripción del curso de Diseño Gráfico se refiere al campo como «diseño gráfico, también conocido como comunicación visual, comunicación gráfica o diseño de comunicación» (*graphic design, also known as visual communication, graphic communication or communication design*).

Además, se encontraron alternancias de nombres en páginas con más de un idioma. En la Hongik University y la Sungkyunkwan University (SKKU), ambas en Corea del Sur, el curso se llama Diseño de Comunicación Visual (*Visual Communication Design*) en la página en inglés y Diseño visual (시각 디자인) en la página en coreano. En el Holon Institute of Technology, en Israel, la página en inglés llama al curso de Diseño de Comunicación Visual (*Visual Communications Design*), pero la página en hebreo lo llama תחנת תרשוקת, que literalmente se traduce como «comunicación visual».

En algunas instituciones, existen cursos con planes de estudio similares, pero con ligeras diferencias, que usan nombres diferentes para cada uno, sin equivalencia de

significado. La Arts University Bournemouth y la Leeds Arts University, ambas en el Reino Unido, tienen cada una dos carreras de pregrado, uno en Diseño Gráfico y el otro en Comunicación Visual. La Syracuse University, en Estados Unidos, tiene una licenciatura en Diseño Gráfico y otra en Diseño de la Comunicación.

En otras instituciones existe una relación jerárquica, con nombres que hacen referencia a títulos dentro de grados con otros nombres. En la Dar Al-Hekma University, en Arabia Saudita, el curso de Comunicación Visual (الاتصالات المرئية), exclusivo para mujeres, tiene tres titulaciones, una en Diseño Gráfico (التصميم الجرافيكي). En la University of North Texas, en Estados Unidos, la titulación en Diseño Gráfico (*Graphic Design*) forma parte del pregrado Diseño de la Comunicación (*Communication Design*). En la Open Window, de Sudáfrica, la Licenciatura en Diseño de Comunicación Visual (*Visual Communication Design*) se ofrece en el departamento de Comunicación Visual (*Visual Communication*) y una de sus especialidades es Diseño de Comunicación (*Communication Design*).

Conclusiones

Algunos nombres parecen más completos que otros. La Comunicación Visual se refiere a diferentes formas de comunicarse visualmente, que incluye el diseño gráfico y va más allá. Sin embargo, el nombre no incluye la palabra “diseño”, lo que puede alejar a quienes buscan específicamente esta formación. El uso de Diseño de Comunicación Visual parece resolver este problema, refiriéndose al pensamiento proyectual sin perder el aspecto comunicacional o la especificidad visual. El Diseño de Comunicación puede ser aún más completo, incluidas las estrategias de comunicación con elementos no visuales, pero puede alejarse demasiado de los conceptos que asociamos particularmente con la comunicación visual. Diseño Gráfico, por otro lado, es un nombre con asociaciones muy específicas, que se refiere especialmente a elementos visuales y productos impresos, lo que puede alejar a los interesados en tecnologías digitales y proyectos de diseño integrado.

La elección entre nombres más o menos amplios puede basarse en estrategias curriculares específicas, reclutamiento de estudiantes y posicionamiento del curso. Si bien un nombre pegadizo puede atraer a estudiantes interesados en una educación más general, también puede generar imprecisión, comunicando ideas demasiado vagas sobre la realidad del curso.

Las ideas asociadas con cada nombre varían según el idioma y la ubicación, y estas asociaciones pueden verse influenciadas por factores como la tradición del curso, las vacantes de trabajo en la industria y el uso de palabras en expresiones relacionadas. Además, pueden estar relacionados con la organización estructural de cada institución. Si bien existe un predominio del nombre Diseño Gráfico, se identificó la presencia relevante de otros nombres. Considerando las variaciones que observamos en el nombre del área misma a lo largo del tiempo, se puede imaginar que los nombres de los cursos que forman sus profesionales también varían. Es, por lo tanto, la propues-

ta de repetir esta investigación en el futuro, verificando cómo esto sucederá. Por ahora, el área permanece sin una estandarización de nomenclatura que la identifique y, quizás, la fortalezca.

Referencias bibliográficas

- Bennett, A. G., & Vulpinari, O. (Eds.). (2011). *Icograda Design Education Manifesto 2011*. *Icograda*. Acceso en 14 de 11 de 2021, disponible en <https://www.theicod.org/en/resources/icograda-documents>
- Bierut, M., Helfand, J., Poynor, R., & Heller, S. (2010). *Textos clásicos do design gráfico*. São Paulo: Martins Fontes.
- Bonsiepe, G. (Spring de 1994). A Step Towards the Reinvention of Graphic Design. *Design Issues*, 10(1), 47-52.
- Erlhoff, M., & Marshall, T. (Eds.). (2008). *Design Dictionary*. Basel: Birkhäuser Verlag.
- Forlizzi, J., & Lebbon, C. (2006). From Formalism to Social Significance in Communication Design. In A. Bennett (Ed.), *Design Studies*: (pp. 51-63). Nova York: Princteon Architectural Press.
- Frascara, J. (2004). *Communication design: principles, methods, and practice*. Nova York: Allworth Press.
- Frascara, J. (2006). Graphic Design: Fine Art or Social Science. In A. Bennett (Ed.), *Design Studies: theory and research in graphic design* (pp. 26-35). Nova York: Princeton Architectural Press.
- Heller, S. (2006). Better skills through better research. In A. Bennett (Ed.), *Design studies: theory and research in graphic design* (pp. 10-13). Nova York: Princeton Architectural Press.
- Icograda. (2000). *Icograda Design Education Manifesto*. publicación digital. Seoul, Coréia do Sul. Acceso en 14 de 11 de 2021, disponible en <https://www.theicod.org/en/resources/icograda-documents>
- Livingston, A., & Livingston, I. (1992). *The Thames and Hudson dictionary of graphic design and designers*. London: Thames and Hudson.
- Moles, A. (1989 [1986]). The Legibility of the World: A Project of Graphic Design. In V. Margolin (Ed.), *Design discourse: history, theory, criticism* (pp. 119-129). Chicago: The University of Chicago.
- Rand, P. (2009). Good design is goodwill. In H. Armstrong (Ed.), *Graphic design theory: readings from the field* (pp. 64-69). Nova York: Princeton Architectural Press.
- Urvoy, J.-J., & Sanchez, S. (2009). *Le designer: De la conception à la mise en place du projet*. Paris: Éditions d'Organisation.
- Villas-Boas, A. (2007). *O que é [e o que nunca foi] design gráfico*. Rio de Janeiro: 2AB.

Abstract: Faced with an unconsolidated nomenclature in the field of Visual Communication, this research collected names from 127 courses in Brazil and 570 in other countries, identifying trends in terminology. The results showed the predominance of the name Graphic Design, along with varying proportions of other names, such as Communication Design, Visual Communication, and Visual Communication Design.

Keywords: Graphic Design – Visual Communication – Communication Design – Visual Communication Design.

Resumo: Diante de uma nomenclatura não consolidada no campo da Comunicação Visual, esta pesquisa coletou nomes de 127 cursos no Brasil e 570 em outros países, identificando tendências na terminologia. Os resultados mostraram o predomínio do nome Design Gráfico, juntamente com proporções variáveis de outros nomes, como Design de Comunicação, Comunicação Visual e Design de Comunicação Visual.

Palavras-chave: Design Gráfico – Comunicação Visual – Design de Comunicação – Design de Comunicação Visual.

(* **Bárbara Emanuel** es profesora de la Universidade Federal Fluminense, Doctora en Diseño por la Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI/UERJ) y Master of Arts in Integrated Design por la Hochschule Anhalt.